

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam bab ini, penulis menjabarkan beberapa uraian data-data hasil penelitian yaitu tentang Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Kota Pekanbaru. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan di kantor wilayah (kanwil) Direktorat Jendral Pajak (DJP) Riau dan Kepulauan Riau, Jalan Sudirman No. 247, Pekanbaru, Riau.

1. Identitas Informan Penelitian

Untuk lebih jelas dalam penjabaran informasi penelitian, dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1. Yaitu daftar nama informan kunci dan informan pendukung.

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Marialdi	Seksi Kerja Sama dan Humas (Hubungan Masyarakat)	Iforman
2	Neneng Rosidah	Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen	Informan
3	Sidiq	Pelaksana Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen	Informan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dapat dilihat bahwa seluruh informan yang dipilih berjumlah 3 orang. Semua informan tersebut dipilih peneliti karena dianggap lebih mengetahui tentang Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Kota Pekanbaru. Oleh karena itu peneliti mengambil informan yang sekiranya mendapatkan informasi yang sesuai dengan penelitian ini.

2. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Tahap ini peneliti akan menjabarkan dari hasil penelitian yang didapat dari hasil wawancara kepada informan. Analisa yang dapat dilakukan berasal dari acuan terhadap pengumpulan data sesuai indikator Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Kota Pekanbaru. Adapun strateginya yaitu Komunikator, Pesan, Media, Komunikan dan Feedback.

a. Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau-Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak.

Berikut penulis sajikan hasil wawancara penulis dengan informan, terkait dengan Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak dapat dilihat dari beberapa indikator, adapun indikator-indikator Direktorat Jendral Pajak Riau-Kepulauan Riau dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak adalah sebagai berikut :

- a. Komunikator
Pihak-pihak yang membentuk dan menyampaikan pesan kepada khalayak (komunikan) banyak.
- b. Pesan
Membuat pesan yang bersifat persuasif, informatif dan edukatif supaya masyarakat sadar akan pentingnya pajak bagi negeri kita ini dan memakai strategi yang menarik.
- c. Media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Membentuk media yang efektif dan efisien ataupun saluran yang akan digunakan, sebagai salah satu strategi.

d. Komunikasikan

Menentukan sasaran atau komunikasi yang tepat.

e. Feedback

Menyimpulkan feedback atau respon yang akan terjadi.

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan ketika sedang melakukan komunikasi. Dengan kata lain komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang mengirim pesan ketika sedang melakukan hubungan atau komunikasi.

Hal yang sama juga dijelaskan oleh hasil data dokumentasi yang diperoleh bahwa yang menjadi komunikator dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak adalah kepala kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, P2Humas serta perwakilan KPP.⁴²

Dalam rangka melakukan Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau-Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Kota Pekanbaru sebagai komunikator dalam menyampaikan memerlukan strategi, agar pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima oleh masyarakat dengan baik.

Kami memiliki strategi yaitu sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung. Kalau sosialisasi langsung kita sebagai narasumber yang datang ketempat dimana orang itu berada maupun orang itu datang ke kantaor djp dan kita kumpulkan dalam suatu ruangan. Sedangkan sosialisasi tidak langsung bisa melalui media elektronik. Selain itu kami juga membangun kerja sama dengan pemerintahan daerah yang bernama program kswp (konfirmasi wajib pajak) program ini harus

⁴² Dokumentasi, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, dalam Pelaksanaan Sosialisasi SPT Tahunan Kepada Wajib Pajak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperiksa dengan deta, apakah wajib pajak memiliki masalah mengenai perpajakan kalau ada harus diselesaikan terlebih dulu jika tidak diselesaikan maka yang bersangkutan akan sulit dalam mengurus urusan yang berhubungan dengan pemerintah. Kami juga akan melakukan forum p2humas, koordinasi secara langsung kepada semua satker yang ada di riau dan kepulauan riau dan dikumpulkan di dalam sebuah ruangan guna dan tujuan untuk mengakomodir kerja mereka selain itu apa kebutuhan mereka, target publikasi kita sekarang ini siapa dan untuk melengkapi semua kebutuhan satker itu sendiri.⁴³

Strategi yang kami lakukan yaitu lebih banyak melakukan penyuluhan-penyuluhan kepada wajib pajak. biasanya penyuluhan ini lebih banyak dilakuakn kepada wajib pajak yang sifatnya lebih besar atau wajib pajak yang potensial sehingga dengan begitu kami bisa menyumbang ke kas negara lebih besar. Selain itu juga karna jumlah wajib pajak yang harus dilayani tidak sesuai dengan petugas pajak sehingga kami harus memilih sebagian dari wajib pajak yang menurut kami itu wajib pajak yang potensial. setelah itu kami juga dibebani oleh target yang telah ditetapkan oleh pemerintah oleh sebab itu kami harus mencari wajib pajak yang bisa memberikan kontribusi yang lebih banyak. Selain itu kami juga melakukan cara memberikan informasi yang bersit persuasif dan memberikan pengetahuan tentang pajak kepada masyarakat sehingga dengan demikian kami berharap masyarakat sadar akan perpajakan mereka. Kami juga melakukan kerja sama dengan instansi-instansi pemerintahan bahkan juga dengan universitas-universita yang ada di riau maupun di kepulauan riau. untuk melakukan sosialisasi dan penyuluhan di djp ini memang yang melakukan fungsi untuk menimbulkan kesadaran masyarakat tentang pajak ini adalah kami selaku bidang p2humas. biasanya kami memberi

⁴³ Wawancara, Marialdi, Seksi Kerja Sama dan Humas, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nama tim penyuluh dan ini dipilih dan ada surat keputusannya oleh djp.⁴⁴

Selain itu data dari dokumentasi yang diperoleh bahwa Dalam rangka melibatkan pihak ketiga khususnya Perguruan Tinggi dalam meningkatkan penerimaan negara dan meningkatkan kesadaran Wajib Pajak serta peningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pajak, pada bulan April 2014 telah dilakukan kerja sama pembentukan Tax Center dengan STIE Pelita Indonesia Pekanbaru. Rencana pembentukan Tax Center dengan pihak STIE Pelita Indonesia telah diujjahi sejak Maret tahun 2013, namun baru terealisasi pada April 2014. Hingga saat ini, Kanwil DJP Riau dan Kepulauan Riau telah mempunyai 2 Tax Center. Pertama Tax Center Politeknik Negeri Batam yang dibentuk pada Nopember 2013 dan yang kedua adalah Tax Center STIE Pelita Indonesia Pekanbaru.⁴⁵

Strategi yang biasa kami lakukan adalah setiap tahun djp melakukan event-event spt tahunan, pojok pajak, car free day guna untuk menjaring anime masyarakat, memberikan pemahaman tentang pajak, dan supaya masyarakat mulai mengenal pajak dan sadar akan perpajakannya. Itu dari kanwil sendiri, kalau dari kpp juga melaksanakan hal yang sama sesuai dengan apa yang kami instruksikan kepada mereka untuk membangun kesadaran di masyarakat itu sendiri. Ini strategi dari internal. Untuk dari skala nasional kalau sekarang itu djp melakukan taks amnesty mengampuni bagi mereka wajib pajak yang masih belum terdaftar dan jika masih ada harta yang belum dilaporkan maka segera dilaporkan dan atas sangsi-sangsi kebelakangnya kecuali pokok-pokok pajaknya. Ini adalah langkah-langkah untuk menjaring dan meningkatkan kesadaran dan

⁴⁴ Wawancara, Ibu Neneng Rosidah, Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

⁴⁵ Dokumentasi, Sosialisasi dalam rangka meningkatkan kesadaran Wajib Pajak, Maret dan April 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepatuhan wajib pajak. selain itu kami juga melakukan kerja sama dengan pihak-pihak external baik itu instansi pemerintahan maupun swasta. contohnya membuka teks center di berbagai universitas yang ada di Riau, Batam dan Selain itu kami juga bekerja sama dengan instansi daerah.⁴⁶

Diambil dari kesimpulan jawaban diatas adalah Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau-Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak adalah melakukan sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung selain itu DJP Riau-Kepulauan Riau juga bekerja sama dengan instansi-instansi baik itu instansi pemerintahan maupun instansi swasta dan bekerja sama dengan media baik itu elektronik, media cetak dan ada juga media diluar ruangan seperti baliho, spanduk, brosur dll. Semua tugas ini memang dipegang oleh bidang P2Humas.

2. Pesan

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, baik pesan yang disampaikan berupa lisan maupun tulisan.

Direktorat Jendral Pajak Riau-Kepulauan Riau dalam melakukan strategi komunikasinya yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak tentunya membuat pesan semenarik mungkin agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Yaitu pesan yang disampaikan berisikan himbauan atau ajakan untuk peduli terhadap pajak mereka.

Kami lebih memberikan informasi yang bersifat persuasif dan juga memberikan informasi tentang manfaat dari pajak itu sendiri, kalau masyarakat telah mengetahui manfaat dari pajak maka kesadaran masyarakat akan tentang pajak akan meningkat. Biasanya kami

⁴⁶ Wawancara, Sidiq, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 23 september 2016

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membagi wajib pajak ini menjadi tiga golongan, jadi setiap golongan biasanya pesannya ada perbedaan yaitu : golongan yang pertama kami sebut dengan calon wajib pajak dan biasanya pesanya adalah segala informasi, pengetahuan tentang dan mamfaat pajak. sedangkan yang ke-dua kami menyebutnya wajib pajak baru dan pesannya biasanya berisikan himbauan supaya selalu sadar akan pajak mereka. Sedangkan yang ke-tiga adalah wajib pajak terdaftar untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak terdaftar ini biasanya kami menggunakan surat himbauan dan bahkan sampai kepada surat peringatan.⁴⁷

Adapun pesan yang kami sampaikan adalah informasi tentang pajak, apa itu fungsi pajak, mamfaat pajak, dan memberitahukan kepada masyarakat bahwasanya pajak ini adalah untuk masyarakat itu sendiri. Dan juga memberikan penerangan kepada wajib pajak kalau djp itu hanya mengelola pajak penghasilan dan pajak ppn (pajak pertambahan nilai). Adapun sasaran adalah seluruh warga negara yang ada di riau dan kepulauan riau khususnya masyarakat yang sudah memiliki npwp. Semua pesan ini bersiafat persuasif seperti slogan Bangga Byar Pajak dengan demikian masyarakat merasa bangga bagi yang taat terhadap pajak.⁴⁸

Pesan yang kami sampaikan tergantung dari siapa sasaran yang akan menerima pesan itu sendiri, kami menggolongkan wajip pajak menjadi tiga golongan yaitu: calon wajib pajak, wajip pajak baru dan wajib pajak terdaftar. Biasanya pesan yang disampaikan untuk calon wajib pajak ini kita bekerjasama dengan universitas, pesannya bersifat persuasif dan memberikan pemahaman pajak, pengetahuan tentang pajak sehingga dengan demikian calon wajib pajak itu lebih mengerti akan pentingnya pajak dari sedini mungkin. Sedangkan untuk wajib

⁴⁷ **Wawancara**, Marialdi, Seksi Kerja Sama dan Humas, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

⁴⁸ **Wawancara**, Ibu Neneng Rosidah, Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pajak baru, kami biasanya buka kelas pajak, melakukan pemantauan dan melakukan sosialisasi kepada mereka. begitu untuk wajib pajak terdaftar, biasanya tatacara untuk meningkatkan kesadaran wajib pajaknya kami menggunakan surat himbauan kepada wajib pajak terdaftar itu dan jika tidak memprdulikan surat himbauannya kami memberikan surat teguran.⁴⁹

Dapat diambil kesimpulan bahwa dari jawaban diatas adalah pesan yang disampaikan oleh Direktorat Jendral Pajak Riau-Kepulaun Riau dalam melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak lebih bersifat persuasif dan informatif, agar pesan tersebut lebih mudah diterima dan difahami oleh masyarakat, sembari menimbulkan rasa kepercayaan kepada masyarakat terhadap lembaga yang berkaitan, sehingga terjalinlah komunikasi yang baik, dan secara sendirinya masyarakat akan sadar dengan sendirinya dan mulai lebih peduli terhadap perpajakan mereka.

3. Media

Media adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, baik itu media cetak maupun media elektronik.

Untuk membantu dan mempermudah ketika menjalankan strategi komunikasi dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak tentu memerlukan media sebagai sarana atau sebagai alat pembantu.

Dengan adanya media yang yang kami gunakan ini lebih mudah untuk melakukan publikasi keseluruhan masyarakat dan bisa meminimalisir anggaran untuk publikasi oleh sebab itu media ini sangat penting dalam menjalankan strategi komunikasi. Biasanya kami

⁴⁹ **Wawancara**, Sidiq, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 23 september 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan berbagai macam media baik media elektronik, media cetak dan media luar ruangan. Media elektronik kami pernah di Radio, Iklan di Web dan Tv di Rtv. Selain media elektronik kami juga menggunakan media cetak seperti Koran, Baliho, dan Brosur. Setiap media pasti memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, contohnya: kalau media elektronik kita tidak melihat langsung respon dari wajib pajaknya, selain itu juga pengawasan terhadap tayang atau tidaknya iklan yang kita bikin itu. Sedangkan media cetak memiliki kekurangan jarak dan pengawasannya.⁵⁰

Hal yang sama juga dijelaskan oleh hasil data dokumentasi⁵¹ Disamping melakukan sosialisasi secara langsung kepada beberapa instansi yang telah diuraikan di atas. Sosialisasi dalam rangka meningkatkan kesadaran Wajib Pajak juga dilakukan secara elektronik melalui talkshow di radio dan televisi. Adapun talkshow yang dilakukan selama bulan Maret dan April 2014 adalah sebagai berikut:

- 1) talkshow di RRI Pekanbaru (sebanyak 2 kali)
- 2) talkshow di radio Gress FM Pekanbaru (sebanyak 2 kali)
- 3) talkshow di RRI Tanjung Pinang (sebanyak 1 kali)
- 4) talkshow di radio Kei FM Batam (sebanyak 1 kali)
- 5) talkshow di Riau Televisi (sebanyak 2 kali)
- 6) talkshwo di Batam Televisi (sebanyak 1 kali)

Selain penyuluhan langsung kami juga melakukan penyuluhan tidak langsung langsung. Kalau penyuluhan langsung ini semua wajib pajak dikumpulkan dalam suatu ruangan. Sedangkan penyuluhan tidak

⁵⁰ **Wawancara**, Marialdi, Seksi Kerja Sama dan Humas, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

⁵¹ **Dokumentasi**, Sosialisasi dalam rangka meningkatkan kesadaran Wajib Pajak, Maret dan April 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lansung contohnya seperti: melalui radio, televisi, vamflet dan aksi simpatik. Dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak media ini sangat penting karna wajib pajak ini bersifat umum ataupun orang banyak, jadi untuk menyebarluaskan informasi secara menyeluruh sangat membutuhkan media baik itu elektronik ataupun media cetak. Untuk semua kegiatan ini memang ada anggarannya dari pemerintah pusat akan tetapi yang sering menjadi masalah ataupun hambatan yang kami hadapi juga maslah anggaran. Karena semua kegiatan ini membutuhkan anggaran yang sangat banyak terutama untuk media elktronik seperti Televisi dan Radio. Semua media pasti memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing contohnya seperti radio, tidak semua orang yang mendengarkan radio dan begitu juga dengan televisi, selain itu juga karna jadwal tanyang yang tidak berada dijadwal tayang yang unggul. Sedangkan untuk media cetak seperti koran kendalnya berada pada diri masyarakat sendiri karna bisa kita lihat minat baca masyarakat sangat rendah. Dari kedua media ini yang lebih efektif menurut saya adalah media penyuluhaan lansung dimana semua orang dikumpulkan dalam suatu ruangan dan komunikasinya bersifat *face to face* jadi kita bisa melihat lansung respon dari wajip pajak tersebut.⁵²

Dalam menigkatkan kesadaran wajib pajak media sangat penting agar dapat membantu kami dalam menyebarluaskan informasi dengan cepat dan menyeluruh kepada masyarakat. kami sangat membutuhkan yang namanya media, baik itu media cetak, elektronik maupun media yang bersifat diluar ruangan seperti: baliho, spanduk, brosur dll. Dalam menggunakan media pasti ada kekurangan dan kelebihan masiang-masiang. Adapun kendalanya adalah kami harus bisa menyesuaikan dengan waktu, maksudnya kalau waktunya spt kami hrus fokuskan kepada spt, tapi kalau waktunya taks amnesty

⁵² **Wawancara**, Ibu Neneng Rosidah, Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kami juga harus fokuskan kepada taks amnesty. Kalau untuk media cetak kendala yang dihadapi lebih kepada faktor wilayah, karena djp riau dan kepulauan riau ini memegang dua propinsi, sedangkan untuk media elektronik lebih efisien akan tetapi membutuhkan anggaran yang sangat banyak. Untuk menentukan mana yang lebih efektif menurut saya lebih efektif media elektronik.⁵³

Adapun kesimpulan dari jawaban diatas adalah untuk mempermudah dan membantu dalam melakukan strategi komunikasi dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak DJP Riau-Kepulauan menggunakan media cetak dan elektronik untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, hal itu dilakukan karena proses penyebaran infomasinya lebih cepat dan luas, meskipun strategi mereka tetap melakukan sosialisasi yaitu *face to face*. Namun pemanfaatan media bisa membantu sebagai sarana dalam melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak walaupun bersifat satu arah dan juga memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing.

4. Komunikan

Komunikan adalah masyarakat atau audien yang menjadi sasaran komunikator ketika mengirimkan pesan atau informasi. Dalam melakukan strategi komunikasi tentu ada sasaran yang dituju maka DJP Riau-Kepulauan Riau menentukan sasaran atau komunikan yang tepat.

Sasaran utama dari strategi komunikasi dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak ini adalah wajib pajak itu sendiri dan

⁵³ Wawancara, Sidiq, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 23 september 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat umumnya. Karena bukan berarti wajib pajak saja yang menjadi sasaran kita tapi calon wajib pajak juga.⁵⁴

Sasarannya adalah semua wajib pajak yang ada di riau dan kepulauan riau dan umumnya semua masyarakat baik yang sudah memiliki npwp maupun yang belum memiliki npwp. Dari tahun ke-tahun kami melihat kesadaran wajib pajak semakin meningkat. Kalau kita melihat dari antusias masyarakat berbondong-bondong mengikuti program teks amnesty tahun ini adalah tahun kebangkitan pajak. saya sudah sepuluh tahun menjabat sebagai AR sangat sulit untuk mengarahkan wajib pajak melaporkan spt tahunan mereka akan tetapi dengan adanya momen teks amnesty ini masyarakat mulai sadar dengan pajak mereka bahkan masyarakat yang belum memiliki npwp-pun melaporkan spt tahunan mereka karena mereka ingin mengikuti program teks amnesty ini. Dan tentunya semua ini tidak terlepas juga dari perhatian pemerintah terhadap dunia perpajakan ini.⁵⁵

Sasaran kami dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak ini adalah calon wajib pajak, wajib pajak baru dan wajib pajak terdaftar dan umumnya seluruh masyarakat yang ada di propinsi riau dan kepulauan riau.⁵⁶

Dapat ditarik kesimpulan dari dari jawaban diatas adalah yang menjadi sasaran atau komunikan dalam melakukan satrategi komunikasi dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak adalah semua masyarakat yang di Riau dan Kepulauan Raiu pada umumnya dan khususnya adalah calon wajib pajak, wajib pajak baru, dan wajib pajak sudah terdaftar.

⁵⁴ **Wawancara**, Marialdi, Seksi Kerja Sama dan Humas, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

⁵⁵ **Wawancara**, Ibu Neneng Rosidah, Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

⁵⁶ **Wawancara**, Sidiq, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 23 september 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. *Effek/feedback*

Effek atau respon adalah hasil dari pesan yang telah disampaikan kepada komunikan.

Dari strategi komunikasi yang dilakukan tentu ada respon atau *feedback* yang diinginkan dari masyarakat dan tentunya respon dari komunikan beragam dan dari strategi komunikasi yang selama ini dilakukan tentu JDP Riau-Kepulauan Riau mempunyai keinginan dan tujuan yang ingin dicapai.

Effek kami lihat skarang ditengah-tengah masyarakat lumayan bagus, karena kepedulian masyarakat mulai meningkat terhadap perpajakan mereka, selain itu bisa kita lihat dari program yang kita lakukan masyarakat mengikuti program yang kita lakukan itu, contohnya sekarang teks amnesty yang banyak diikuti oleh masyarakat kita. yang kami inginkan adanya penambahan wajib pajak dan itu aktif, selain mengajak yang sudah terdaftar kami juga mengajak yang belum terdaftar sehingga pendaptan pajak juga meningkat.⁵⁷

Yang kami inginkan sebagai petugas pajak selaku p2humas djp adalah masyarakat mengenal yang namanya pajak, paham akan pentingnya pajak bagi bangsa ini, dan sadar akan perpajakan mereka sehingga kedepannya mereka tidak melalaikan pajak mereka lagi.⁵⁸

Dari strategi yang telah kami lakukan feedback sangat kami rasakan sebagai pihak p2humas. dari tiga golongan tadi yaitu calon wajib pajak, wajib pajak baru, dan wajib pajak sudah terdaftar. terutama untuk calon wajib pajak. untuk calon wajib pajak ini kami biasanya membuka kelas pajak dan untuk kelas pajak ini mereka yang mendatangi kita dan antusias mereka terhadap program ini sangat

⁵⁷ **Wawancara**, Marialdi, Seksi Kerja Sama dan Humas, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

⁵⁸ **Wawancara**, Ibu Neneng Rosidah, Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 26 september 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tinggi karna banyak calon wajib pajak yang berdatangan ke kelas pajak. adapun yang kami inginkan adalah supaya masyarakat peduli, sadar dan tidak lagi melalaikan perpajakan mereka.⁵⁹

Adapun kesimpulan dari jawaban yang terakhir adalah meskipun DJP Riau-Kepulauan Riau memiliki target-target tertentu. Akan tetapi dalam melakukan strategi komunikasi dalam rangka untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak DJP Riau-Kepulauan Riau hanya bersifat menyampaikan informasi kepada masyarakat untuk peduli terhadap pajak.

Selanjutnya penulis akan merangkum hasil wawancara dari semua indikator, dari tiga orang informan diatas, yang mana bahwa dalam menjalankan strategi dalam melakukan satrategi komunikasi dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak yaitu secara *one-one muka/face to face* (langsung berhadapan dengan masyarakat), kemudian menggunakan media cetak seperti brosur, koran. Kemudian menggunakan media elektronik melalui radio dengan cara menyebarkan informasi melalui iklan layanan masyarakat.

Dengan menggunakan pesan ataupun informasi yang bersifat persuasif, informatif dan edukatif tentang perpajakan, sembari dengan melakukan pendekatan dengan cara memberi pembinaan dan dukungan dari semua instansi baik itu instansi pemerintah ataupun swasta.

Dan untuk membantu dalam menjalankan strategi mereka, maka pemanfaatan media juga digunakan dalam melakukan strategi komunikasi dalam rangka meningkatkan kesadaran wajib pajak. Sebagai fungsi media yang dapat mencakup penyebaran informasi yang lebih luas dan lebih cepat dalam proses penyampaian secara bersamaan.

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Sidiq, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, Kanwil DJP Riau-Kepulauan Riau, Pada Tanggal 23 september 2016

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Pembahasan

Dalam pembahasan ini penulis akan memberikan interpretasi atau pemahaman terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Upaya ini didasarkan pada persepsi bahwa tujuan pertama dari penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh pemahaman makna atas realitas yang terjadi. Bersama dengan langkah ini penulis juga berusaha melakukan analisis sehingga hasil penelitian lebih bermakna.

Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Humas Kanwil DJP Riau-Kepulauan dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak. Dalam analisa ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggambarkan data yang telah didapat lalu kemudian dianalisa sesuai dengan apa yang ada dilapangan dan disesuaikan dengan teori-teori yang mendukung rumusan masalah.

1. Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jendral Pajak Riau-Kepulaun Riau Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak.

Sesuai dengan pengertian strategi yaitu menurut Onong Uchjana Effendy strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mecapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

Strategi komunikasi adalah komunikasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.⁶⁰

Selanjutnya juga dijelaskan strategi adalah suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai aktivitas, termasuk didalamnya kegiatan, pesan, dan media yang digunakan.⁶¹

⁶⁰ Ibid. hal. 61.

⁶¹ Rahkmat, jalaluddin. 2001. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam pembentukan strategi organisasi / lembaga dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang saling berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi, atau arah, tujuan dan sasaran maka dari itu DJP Riau-Kepulauan Riau melakukan langkah-langkah yang sesuai dengan situasi dan kondisi, arah, tujuan dan hasil akhir yang ingin dicapai oleh lembaga, dijelaskan sebagai berikut:

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima.⁶²

Komunikator yang dilakukan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk lebih sadar dan peduli terhadap perpajakan mereka. Dengan menyampaikan informasi kepada masyarakat (wajib pajak) yang demikian diharapkan kepada masyarakat (wajib pajak) lebih peduli dan sadar akan perpajakan mereka.

Menurut analisa penulis strategi DJP Riau-Kepulauan Riau sebagai komunikator telah sesuai dengan apa yang diharapkan dengan alasan strategi yang dilakukan telah disampaikan kepada masyarakat pada umumnya dan khususnya kepada wajib pajak dan buktinya masyarakat mulai menyadari pajaknya.

b. Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan harus mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.⁶³

Pesan yang disampaikan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau mempunyai makna yaitu agar masyarakat sadar dengan sendirinya dan mulai lebih peduli terhadap perpajak mereka tujuan dari pesan ini

⁶² Cangara.Op. Cit. Hal. 34

⁶³ Widjaja.Op. Cit. Hal. 14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahwasanya pajak ini adalah untuk masyarakat itu sendiri dan juga mengingatkan kepada masyarakat bahwasanya pajak ini merupakan kewajiban setiap masyarakat yang telah memiliki pekerjaan dan penghasilan.

Menurut analisa penulis pesan yang disampaikan DJP Riau-Kepulauan Riau telah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak komunikator yaitu DJP Riau-Kepulauan Riau dengan alasan mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.

c. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media dalam arti disini berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, televise dan internet.⁶⁴

Media yang digunakan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau adalah media massa (cetak dan elektronik), dan media non massa yaitu brosur, baliho dan infocus. Bertujuan agar informasi maupun sosialisasi yang dilakukan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau bisa sampai kepada masyarakat secara maksimal, karena dengan menggunakan media massa informasi yang disampaikan bisa lebih efektif dan menjangkau masyarakat secara keseluruhan, dan dengan penggunaan media non massa yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan sosialisasi tentang pajak supaya lebih maksimal.

Manfaat daripada penggunaan media massa dan non massa yang digunakan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau adalah untuk memberi kesadaran khususnya kepada wajib pajak dan pada umumnya kepada masyarakat propinsi riau dan kepulauan riau untuk lebih peduli terhadap perpajakan mereka. Dengan harapan masyarakat sadar akan perpajakan mereka dan dengan suka rela melakukan apa yang dihimbaukan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau.

⁶⁴ Cangara.Op. Cit. Hal. 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut analisa penulis penggunaan media yang digunakan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau telah tepat, dengan menggunakan berbagai macam media informasi akan lebih cepat sampai kepada masyarakat. selain itu DJP Riau-Kepulauan Riau juga perlu menggunakan media non massa yaitu seperti brosur, infocus, baliho, spanduk dan famflet.

d. Komunikasikan

Komunikasikan adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari komunikator kepada komunikasikan. Komunikasikan biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran atau target.⁶⁵

Masyarakat selaku wajib pajak baik yang ada di propinsi riau maupun yang ada di kepulauan riau dalam hal ini sebagai komunikasikan telah menerima informasi dan sosialisasi tentang perpajakan yang dilakukan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau melalui media massa (cetak dan elektronik), dan media non massa (brosur, baliho dan infocus).

Menurut analisa penulis pada bagian komunikasikan ini sudah sesuai dengan teori dengan alasan masyarakat mengetahui informasi sosialisasi yang dilakukan oleh DJP Riau-Kepulauan Riau, meskipun ada kekurangan dalam penyampaian pesan.

e. Feed back (Efek)

Efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Efek bisa terjadi pada tingkah laku, sikap dan tindakan akibat penerimaan pesan.⁶⁶

Efek yang diinginkan DJP Riau-Kepulauan Riau telah mengalami peningkatan meskipun belum secara keseluruhan, buktinya dengan

⁶⁵ Cangara.Op. Cit. Hal. 35

⁶⁶ Cangara.Op. Cit. Hal. 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bertambahnya pendapatan pajak DJP Riau-Kepulauan Riau dari tahun ke-tahun selain itu bisa juga dilihat dari segi bertambahnya wajib pajak baru. Dan dengan harapan masyarakat selaku wajib pajak sadar akan pentingnya perpajakan mereka bagi bangsa yang besar.

Menurut analisa penulis apa yang telah dilakukan DJP Riau-Kepulauan Riau telah mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat propinsi raiau dan propinsi kepulaun raiau tentang himbauan untuk sadar akan perpajakan mereka.

